

## DAFTAR PUATAKA

- Aditi, B. (2018). Analisis Pengaruh Inovasi Produk,Harga, Dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Ulang Melaluikepuasan Konsumen Umkm Di Kota Medan. <https://doi.org/10.31227/osf.io/ym4fz>
- Aditi, B. (2019). Innovation Product and Halal Labelization in Buying Repurchase. *International Research Journal of Business Studies*, 12(1), 87–100. <https://doi.org/10.21632/irjbs.12.1.87-100>
- Arief Adi Satria. (2017). pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan a-36 Arief. 2(April).
- Bahar, A., & Sjahrudin, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. *Journal Of Management*, 3, 14–34. <https://doi.org/10.31227/osf.io/tc2fe>
- Bunga, A. (2019). Innovation Product and Halal Labelization in Buying Repurchase. *International Research Journal of Business Studies.*, 12(1), 87–100.
- Faradisa, I., Budi, L., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Indonesian Coffeshop Semarang (ICOS CAFE). *Journal of Management*, 02(02), 1–13.
- Ghozali, I. (2016). *truktural Equation Modelling Metode Alternatif dengan Partial. Least Square (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas. Diponegoro.
- Hidayah, N., & Anjarwati, A. L. (2018). Pengaruh perceived quality terhadap niat beli ulang dengan kepuasan sebagai variabel intervening (studi pada pelanggan teh botol sosro di surabaya timur). 6.
- Ilyas, G. B., Rahmi, S., Tamsah, H., & Munir, A. R. (2020). Reflective Model of Brand Awareness on Repurchase Intention and Customer Satisfaction. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 427–438. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no9.427>
- Murwanti, S., & Pratiwi, A. P. (2017). terhadap minat beli ulang jasa service motor mediasi ( Studi Pada Bengkel Motor Ahass Cabang UMS ). (2007), 207–227.
- Mustapa, A., Pharamita, P. D., & Haisolan, L. B. (2018). Pengaruh kualitas produk, harga produk, dan keragaman produk sparepart toyota terhadap minat beli Kembali konsumen dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (Studi pelanggan pt. new ratna motor semarang).

Journal Of Management, 4(4), 1–14.

- Nawawi, A., & Maria Magdalena, A. S. (2021). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk, dan harga terhadap minat beli ulang konsumen di cv karoseri laksana. *Journal of Management*.
- Nuridin, S. M. (2018). Effect of service quality and quality of products to customer loyalty with customer satisfaction as intervening variable in PT . nano coating Indonesia *International Journal of Business and Applied Social Science ( IJBASS )*. *International Journal of Business and Applied Social Science*, 4(1).
- Palma, M. A., & Andjarwati, A. L. (2016). pengaruh kualitas produk, kemudahan, dan harga terhadap niat beli ulang dengan kepuasan sebagai variabel intervening (Studi Pada Pelanggan Produk Fashion Melalui Toko online di Surabaya) Marisa. *Journal of research in economics and management*, 16, 84-104 halaman.
- Pratama, ferina nadya. (2020). pengaruh kualitas produk, keberagaman produk, harga, dan promosi terhadap minat beli ulang produk es krim aice (Studi Pada Konsumen Kalangan Mahasiswa di Kabupaten Jember). *Journal of Business Research*, 3.
- Putra P, I. B. P., & Kusumadewi, N. M. W. (2019). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 4983. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i08.p10>
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 1–12. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17525/16774>
- Rohwiyati, R., & Praptiestrini, P. (2019). The Effect of Shopee e-Service Quality and Price Perception on Repurchase Intention: Customer Satisfaction as Mediation Variable. 1(1), 47–54.
- Saga, U., Kaka, A., Wahyu, C., & Rahayu, E. (2019). pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi Studi pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiaomi di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. 428–439.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang pada ranch market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1–22.
- Santoso, S. (2014). *Statistik Parametrik Edisi Revisi*. Jakarta: Elex Media

Komputindo.

- Sarwono, J. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Yogyakarta: ANDI.
- Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). PENGARUH CITRA MEREK, kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan dan niat beli ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5748. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p19>
- Shabrina, sekar ayu, & Budiarmo, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Holland Bakery Pandanaran Semarang. *Administrasi Bisnis*, IX(Iv), 475–482.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. In *Koleksi Buku UPT Perpustakaan Universitas Negeri Malang*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyono, & Elfahmi, M. (2021). The Effect of Product Quality, Price Perception and Promotion on Customer Satisfaction and its Impact on Customer Loyalty of PT Makmur Jaya Agro Pesticides. 4(1), 157–172.
- Umar Bakti, Hairudi, M. S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 18. Retrieved from <https://mediakonsumen.com/2018/05/14/sur>
- Widayat. (2004). “Metode Penelitian Pemasaran (Aplikasi SoftwareSPSS).” Malang: UMM Press.